

DAFTAR PUSTAKA

- Alzuhri, Lutfi (2012). STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning). <http://lutfialzuhri.blogspot.com/2012/10/tugas-komunikasi-pemasaran-konsentrasi.html>. Diakses pada tanggal 05 April 2021 Pukul 13.00 WIB.
- Astina, Sylvia Tri, dkk (2016). Analisis Segmentation, Targeting, Positioning dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran di Toko Pia Cap Mangkok Cabang Semeru. **Jurnal Administrasi Bisnis**, Universitas Brawijaya Malang.
- Ambarwati, Reni. Makalah (2013). Segmentation, Targeting, Dan Position (STP) <http://reniambarwatii.blogspot.com/2013/09/makalahsegmentationtargeting-dan.html>. Diakses pada tanggal 05 April 2021 Pukul 13.00 WIB.
- Bungin, Burhan (2005). **Analisis Data Penelitian Kualitatif**. PT: Raja Grafindo. Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo (2008). **Manajemen Pemasaran**. Edisi Pertama, Cetakan keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Gunawan, Steven (2017). Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab-Car di Surabaya. **Jurnal AGORA** (Vol. 5, No: 3). Hlm. 1-10.
- Guritnoe, Hirjan (2017). Analisis Strategi Pemasaran Segmenting, Targeting, Positioning di Café Nirwana Ponorogo. **Skripsi**. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah.
- Hozinah (2014). Analisa Penerapan Segmenting, Targeting, Positioning Terhadap Strategi Pemasaran Pada Radio FM 91.1 Andalus Malang. **Skripsi**. Malang: Universitas Tribhuwana Tungadewi.
- <http://repository.uin-suska.ac.id/1> diakses pada tanggal 04 Mei 2021 Pukul 11.30 WIB.
- Iskandar Joni (2015). Analisa Penerapan Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap strategi pemasaran. **Skripsi**. Malang: Universitas Tri Bhuwana Tungadewi.
- Kotler, Philip (1997). **Manajemen Pemasaran**. Surakarta: PT: Pabelan. Surakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (1997). **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi ketiga, Jilid Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kavin Lane (2003). **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian** (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2007). **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2008). **Principles of Marketing**. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip (2009). **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketiga Belas, Jilid Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, Ahmad (2009). Segmentasi, Targeting dan Positioning. <https://elqorni.wordpress.com/2009/03/07/segmentasi-targeting-dan-positioning/>. Diakses pada tanggal 04 Mei 2021 Pukul 12.30 WIB.
- Odeh, Sonni (2017). Analisis Strategi Bersaing Usaha Layanan Transportasi Online Study pada Indotiki di Kota Medan. **Skripsi**. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Pratama, Gilang (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Taksi Berbasis Online (Grab-Car) pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. **Skripsi**. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Riyadi, Slamet (2014). **Metode Penelitian Kualitatif**. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2015). **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)**. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang (2013). **Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)**. Yogyakarta: CAPS.
- Swastha dan Irawan (1990). **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy, dan Chandra (2012). **Pemasaran Strategik**. Yogyakarta dan Bandung. Andi Yogyakarta.
- www.grab.com/about/ diakses pada tanggal 02 Mei 2021 Pukul 21.30 WIB.
- Wawancara Penelitian kepada Koordinator atau penanggungjawab serta Driver GrabCar pada Tanggal 07 Mei 2021 Pukul 11.00 WIB.
- Wawancara Penelitian kepada Koordinator, Driver GrabCar, dan Pengguna jasa GrabCar pada Tanggal 09 Mei 2021 Pukul 09.30 WIB.
- Yerdi (2012). Strategi Pemasaran (Segmenting, Targeting, Positioning) <http://erdiasa38e.blogstudent.mb.ipb.ac.id/2012/03/06/strategi-pemasaran-stp/>. Diakses pada tanggal 05 Mei 2021 Pukul 16.00 WIB.